

# EFEKTIVITAS WARUNG KOPI SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI DAN DISEMINASI INFORMASI KEBENCANAAN DI KOTA BANDA ACEH

**Ruzwar Wahyudi**

Analisis Bencana Direktorat Tanggap Darurat, BNPB

E-mail: ruzwar.ners@yahoo.com

## **Abstrak**

*Kejadian bencana terus mengalami peningkatan, di mana saja dan kapan saja. Hal tersebut menyebabkan banyak kerusakan dan kerugian serta korban jiwa. Komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk mengurangi dampak yang ditimbulkan, salah satu sarannya yaitu melalui warung kopi di Kota Banda Aceh. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan di warung kopi, dan menganalisis tingkat efektivitas warung kopi sebagai sarana komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan pada masyarakat di Kota Banda Aceh. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, lembar checklist, kuesioner dan dokumentasi. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah teknik pengolahan data kualitatif, klasifikasi hasil kuesioner dan pembobotan lembar checklist. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan di warung kopi sudah dilakukan melalui penyuluhan, sosialisasi, pelatihan, simulasi, kerja sama pengurangan risiko bencana, penggalangan dana, dan diskusi publik terbuka dengan tingkat efektivitas yang cukup efektif, hal ini karena sudah berjalannya komponen komunikasi komunikator dan komunikan dengan baik, perlu adanya peningkatan pada faktor media komunikasi. Upaya pemerintah untuk mewujudkan diseminasi informasi kebencanaan yang cepat, mudah dan merata, maka perlu adanya koordinasi dan kerja sama yang lebih intens dan berkelanjutan antar atau lintas instansi serta menggunakan berbagai media kreatif pendukung yang lebih menarik.*

**Kata Kunci:** Efektivitas, Warung Kopi, Komunikasi, Diseminasi Informasi, Kebencanaan.

## **Abstract**

*Disaster events continue to emerge, anywhere and anytime. This caused a lot of damage, losses and casualties. Communication and dissemination of disaster information is one of the efforts made to reduce the impact, one of it is through a coffee shop in Banda Aceh. The purpose of this study was to analyze the communication and dissemination of disaster information in coffee shops to the people of Banda Aceh and the level of effectiveness of coffee shops as a means of communication and dissemination of disaster information to communities in Banda Aceh. This research was conducted with qualitative research methods and the data collection techniques through in-depth interviews, checklist sheets, questionnaires and documentation. Data processing used qualitative data processing technique, classification of questionnaire results and scoring of checklist sheets. The results showed that communication and dissemination of disaster information in coffee shops had been carried out through counseling, socialization, training, simulations, cooperation in disaster risk reduction, fundraising, and open public discussion with a fairly effective level of effectiveness, this was due to the ongoing good communication component*

*communicator and communicant, there a need of improvement in communication media factors. Government need to push the efforts to realize fast, easy and equitable disaster information dissemination, it is necessary to have more intense and continuous coordination and cooperation between or across agencies and to use a variety of more interesting supporting creative media.*

**Keywords:** Effectiveness, Coffee Shop, Communication, Information Dissemination, Disaster.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Keselamatan segenap warga Negara atau keselamatan umum merupakan bagian dari tujuan nasional bangsa Indonesia. Hal tersebut tercantum pada Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam alenia ke IV yang menyebutkan “*untuk membentuk suatu pemerintah negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia*”.

Upaya perlindungan keselamatan tersebut merupakan salah satu bentuk dari pertahanan negara dan meningkatkan keamanan nasional. Keamanan nasional dapat dipahami bahwa pemerintah wajib melindungi dan memastikan warga negara, keutuhan wilayah, dan sumber daya yang ada di dalamnya terbebas dari berbagai ancaman. Ancaman keamanan nasional terhadap warga negara saat ini telah berkembang dan berubah seiring dengan munculnya ancaman atau gangguan baru baik yang berbentuk fisik maupun non fisik, nyata maupun tidak nyata.

Ancaman yang dimaksud tersebut tidak hanya berupa ancaman militer namun juga ancaman non militer, seperti yang ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2002 tentang Pertahanan Negara. Perkembangan Indonesia saat ini, ancaman yang dihadapi lebih dominan berupa ancaman non militer. Salah satu bentuk ancaman non militer yang berkembang dan mempengaruhi keamanan nasional adalah bencana.

Bencana dapat terjadi kapan dan di mana saja tanpa adanya peringatan yang secara tiba-tiba muncul. Menurut Undang-

Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana menyebutkan bahwa bencana adalah serangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat yang disebabkan oleh faktor alam, non alam, maupun manusia, sehingga menyebabkan timbulnya korban jiwa, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda dan dampak psikologis.

Menurut catatan BNPB pada tahun 2017, kejadian bencana terus mengalami peningkatan menjadi sekitar 2.372 bencana dengan berbagai jenis kerusakan yang diakibatkannya dan sejumlah masyarakat yang terdampak. Tren kejadian bencana di Indonesia dapat diperlihatkan dalam gambar di bawah ini:



Gambar 1. Tren Bencana Indonesia Tahun 2003 - 2017.

Sumber: BNPB, 2017.

Pada tahun 2017, kejadian bencana terus mengalami peningkatan dengan berbagai jenis kerusakan, seperti rumah, fasilitas pendidikan, kesehatan, dan peribadatan yang diakibatkannya dan sejumlah masyarakat

terdampak. Seluruh kejadian bencana tahun 2017 dapat dilihat dalam Tabel 1.

Melihat Indeks Risiko Bencana Indonesia yang dikeluarkan oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) menyatakan bahwa Provinsi Aceh termasuk dalam provinsi yang memiliki risiko tinggi dari ancaman bencana. Rekapitulasi kejadian bencana di wilayah Aceh tahun 2017 yaitu sebanyak 185 kali. Hal ini menyebabkan timbulnya banyak kerugian dan korban jiwa.

Indeks risiko bencana di kota Banda Aceh yang tinggi menjadikannya termasuk dalam 21 prioritas nasional di wilayah Sumatera dalam pengurangan risiko bencana, dari 136 kabupaten/kota yang di prioritaskan negara Indonesia. Kejadian tsunami pada tahun 2004 silam, menyebabkan ratusan ribu jiwa meninggal, luka-luka dan bahkan hilang. Kerusakan yang terjadipun sangat besar, mencakup hancurnya 1,3 juta rumah dan gedung, delapan pelabuhan hancur 120 Km jalan rusak. Total kerugian yang diperkirakan mencapai 42,7 triliun rupiah. Lain halnya dengan bencana gempa bumi di Pidie Jaya, mengakibatkan 105 ruko runtuh, 12.560 unit rusak ringan hingga berat, 49 masjid roboh dan diperkirakan kerugian sebesar 1,854 triliun rupiah.

Banyaknya jumlah korban jiwa dan kerugian yang ditimbulkan oleh bencana di Provinsi Aceh, disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya kurangnya kapasitas masyarakat terhadap bencana. Kapasitas masyarakat ini dapat berupa informasi yang

didapatkan masyarakat tentang kebencanaan. Minimnya informasi kebencanaan ini menjadikan kurangnya pengetahuan dan ketidakpedulian tentang kebencanaan pada masyarakat, hingga menyebabkan kematian dan kerugian yang sangat besar.

Penyebaran informasi dapat dilakukan secara efektif dengan adanya sarana komunikasi dan informasi yang baik salah satunya yaitu dengan adanya tempat berkumpul masyarakat. Tempat berkumpulnya masyarakat ini mampu menekan penyimpangan-penyimpangan psikologis dan perilaku masyarakat yang cenderung individualistis dan materialistis, menghapus perbedaan status sosial dan latar belakang ekonomi masyarakat sehingga ikatan sosial di antara mereka menjadi lebih kuat. Salah satu contoh tempat sarana komunikasi dan informasi di Provinsi Aceh yaitu warung kopi.

Warung kopi pada dasarnya hanyalah tempat untuk menikmati minuman kopi, namun saat ini mulai berkembang menjadi sebuah ruang aktivitas dengan fungsi yang beragam bagi masyarakat di berbagai daerah. Ketika masyarakat berkumpul di dalam warung kopi, mereka dapat berinteraksi dan membentuk wacana publik dengan bebas.

Salah satu kasus warung kopi sebagai sarana komunikasi dan informasi masyarakat di Indonesia dapat dilihat di Kota Banda Aceh. Ghalehnoee (2016) menyatakan bahwa keberhasilan dan kelebihan suatu tempat ketiga didukung oleh sejarah dan lingkungan budaya. Bagi masyarakat Aceh, berkumpul bersama

Tabel 1. Infografis Bencana Tahun 2017

| Infografis Bencana Indonesia Tahun 2017 |                             |           |      |
|-----------------------------------------|-----------------------------|-----------|------|
| Total Bencana                           | 2.372 Kejadian              |           |      |
| Dampak Bencana                          | Meninggal Dunia dan Hilang  | 377       | Jiwa |
|                                         | Terdampak dan Mengungsi     | 3,49 juta | Jiwa |
| Kerusakan Akibat Bencana                | Rumah Rusak                 | 47.442    | Unit |
|                                         | Fasilitas Pendidikan Rusak  | 1.272     | Unit |
|                                         | Fasilitas Kesehatan Rusak   | 113       | Unit |
|                                         | Fasilitas Peribadatan Rusak | 698       | Unit |

Sumber: BNPB, 2017.

sambil menikmati minuman kopi merupakan aktivitas yang sudah menjadi kebiasaan turun temurun. Hal ini merupakan cerminan budaya sosial masyarakat saat berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain melalui wadah warung kopi. Tempat ini selalu menampilkan keakraban dan keterbukaan dalam kehidupan sosial masyarakat Aceh.

Perkembangan warung kopi saat ini, tak lagi hanya sekedar sebagai tempat minum kopi, tapi banyak peristiwa penting yang berawal dari sebuah meja warung kopi. Berbagai kegiatan yang dilakukan seperti penggalangan dana bagi korban bencana, sosialisasi kebijakan aparatur pemerintah, juga biasa dijadikan sebagai tempat pertemuan rapat dikalangan masyarakat dan juga diskusi publik.

Kaitannya dengan kebencanaan, warung kopi sering dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan informasi antar pemangku kepentingan kebencanaan. Informasi kebencanaan yang bisa didapatkan masyarakat tidak hanya seputar bencana alam seperti gempa bumi, banjir, longsor, dan tsunami, tapi juga bisa berupa paham-paham teroris.

Banyaknya jumlah kejadian bencana dan kerugian yang ditimbulkan harus menjadi perhatian bersama baik pemerintah, masyarakat, akademisi, dunia usaha dan para pemangku kepentingan lain untuk dapat mengurangnya. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan adanya komunikasi dan informasi yang diberikan kepada masyarakat.

Masyarakat senang datang dan berkumpul di warung kopi, tidak hanya sekedar untuk menikmati kopi tapi juga membahas peristiwa yang sedang terjadi, dan bahkan berdiskusi untuk melahirkan suatu peraturan atau kebijakan, baik bersifat kelompok, hingga menjadi kebutuhan bersama. Hal ini akhirnya menjadi penting bagaimana warung kopi dapat mengakomodir komunikasi dan informasi kebencanaan pada masyarakat.

## 1.2. Tujuan

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan di warung kopi pada masyarakat di Kota Banda Aceh.
2. Menganalisis tingkat efektivitas warung kopi sebagai sarana komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan pada masyarakat di Kota Banda Aceh.

## 2. METODOLOGI

### 2.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian fenomenologi. Metode penelitian fenomenologi dapat digunakan untuk meneliti pemahaman tentang keseharian dunia kehidupan, tindakan, dan komunikasi dalam kehidupan sosial. Dalam hal ini fungsi penelitian adalah sebagai alat *monitoring* atau evaluasi terhadap keseharian komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan. Hasil penelitian memungkinkan menunjukkan apa saja yang sudah dilakukan dan seberapa efektif hal tersebut dilaksanakan.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Banda Aceh, lebih spesifik pada warung kopi yang berada di daerah dengan risiko kebencanaan yang lebih tinggi dibanding yang lainnya. Adapun penyusunan penelitian ini dimulai sejak Juni hingga November 2018.

### 2.2. Sampling dan Analisis Sampel

Subjek dalam penelitian ini antara lain: Pemerintah Kota Banda Aceh dalam hal ini Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Banda Aceh, Kodim 0101 BS, Polresta Banda Aceh, Akademisi, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), pemilik atau pramusaji dan pengunjung warung kopi yang berada pada lokasi penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi, wawancara (*in depth interview*) dan kuesioner mengenai karakteristik pengunjung warung kopi. Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif yang dilakukan berdasarkan hasil data empiris peneliti selama melakukan

penelitian di lapangan. Data yang diperoleh dari beberapa teknik pengumpulan data yakni (observasi, dokumentasi, kuesioner dan hasil wawancara mendalam) masih merupakan data satuan yang terpisah. Kemudian, peneliti menyusun satuan tersebut menjadi satu kesatuan yang padu dengan menarik benang merah dari setiap informasi yang didapatkan.

Dalam melakukan analisis data hasil observasi peneliti menggunakan teknik statistika sederhana untuk menentukan jumlah persentase data pada masing masing komponen dan juga untuk melihat tingkat efektifitasnya.

Efektivitas komunikasi dan diseminasi informasi bisa dilihat dari hal yang mempengaruhinya, menurut Culpit, ada delapan faktor, yaitu: kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, kesinambungan, konsistensi, saluran distribusi, dan kemampuan komunikasi.

Penjelasan di atas kemudian dirangkum, lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Komponen Komunikasi dan Faktor yang Mempengaruhinya

| Komponen Komunikasi | Hal yang Mempengaruhi Efektivitas Komunikasi                                                                                                                                                                                                |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Komunikator         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Kapasitas (keahlian bidang dan kemampuan komunikasi)</li> <li>Kemampuan komunikasi</li> <li>Urgensi pesan disampaikan</li> <li>Tempat/jarak komunikasi</li> <li>Waktu komunikasi</li> </ul>          |
| Media               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Leaflet/brosur</li> <li>Video kreatif</li> <li>Radio</li> <li>Poster</li> <li>Pemanfaatan internet</li> </ul>                                                                                        |
| Komunikan           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Jenis kelamin</li> <li>Usia (perkembangan)</li> <li>Pendidikan dan pengetahuan</li> <li>Pekerjaan</li> <li>Pendapatan</li> <li>Jumlah pertemuan atau kunjungan</li> <li>Alasan berkunjung</li> </ul> |

Sumber: Culpit, 2010, dan Peneliti, 2018.

Untuk mengukur tingkat efektivitas tersebut, digunakan standar yang sesuai dengan acuan Litbang (Depdagri, 1991), seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Standar Ukuran Efektivitas

| Rasio Efektivitas | Tingkat Capaian      |
|-------------------|----------------------|
| < 40%             | Sangat Tidak Efektif |
| 40% - 59,99%      | Tidak Efektif        |
| 60% - 79,99%      | Cukup Efektif        |
| ≥ 80%             | Sangat Efektif       |

Sumber: Litbang Depdagri, 1991.

Penelitian ini lebih berfokus untuk melihat bagaimana efektivitas komunikasi dan diseminasi informasi yang dilakukan pada fase mitigasi bencana dalam rangka pengurangan risiko bencana. Tingginya tingkat efektivitas warung kopi sebagai sarana komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan, maka akan meningkatkan kapasitas masyarakat. Kapasitas masyarakat yang tinggi maka membuat masyarakat akan semakin tangguh dalam menghadapi bencana, sehingga meningkatkan pula ketahanan suatu daerah. Ketahanan daerah ini merupakan komponen ketahanan nasional suatu negara, sehingga dengan efektifnya warung kopi ini sebagai sarana komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan dapat mendukung keamanan nasional negara.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Laporan Penelitian

Kota Banda Aceh merupakan salah satu kabupaten/kota yang menjadi prioritas utama nasional dalam pengurangan risiko bencana. Bencana di Kota Banda Aceh didominasi oleh kebakaran, banjir genangan dan gempabumi. Menurut data yang didapatkan dari Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Banda Aceh, pada tahun 2015-2017 rekapitulasi kejadian bencana di Kota Banda Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Rekapitulasi Kejadian Bencana di Kota Banda Aceh Tahun 2015-2017

| Jenis Bencana           | 2015      | 2016      | 2017      | Jumlah    |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Longsor                 | 1         | -         | -         | 1         |
| Kebakaran               | 6         | 18        | 8         | 32        |
| Kebakaran Lahan         | -         | -         | 2         | 2         |
| Banjir                  | 2         | 2         | 1         | 5         |
| Genangan Banjir Bandang | -         | -         | -         | -         |
| Puting Beliung          | -         | 1         | 1         | 2         |
| Gelombang Pasang        | -         | -         | -         | -         |
| Gempabumi               | 2         | 1         | 1         | 4         |
| Kekeringan              | -         | -         | -         | -         |
| Petir                   | -         | -         | -         | -         |
| <b>Total</b>            | <b>11</b> | <b>22</b> | <b>13</b> | <b>46</b> |

Sumber: BPBD Kota Banda Aceh, 2019.

Kondisi geografis Kota Banda Aceh dan letak perumahan yang berdekatan menyebabkan Kota Banda Aceh didominasi oleh bencana kebakaran, banjir genangan dan gempabumi. Dalam rangka mengurangi dampak yang ditimbulkan oleh bencana tersebut, beberapa instansi pemerintahan telah melakukan upaya dengan melakukan komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan kepada masyarakat melalui warung kopi.

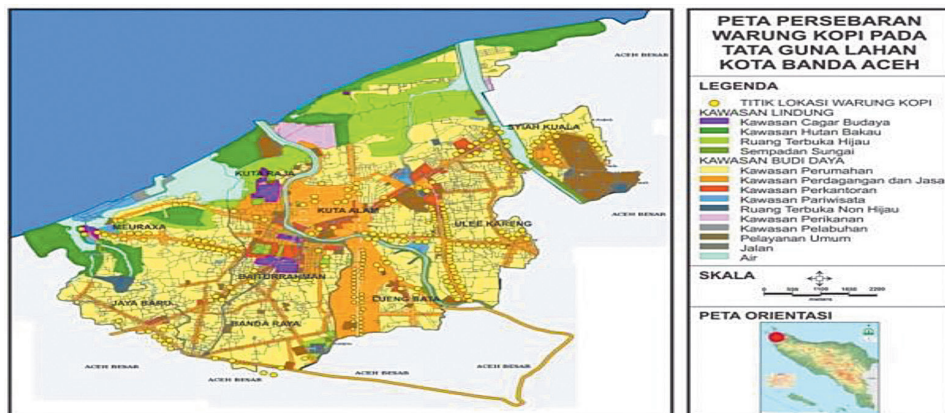
Berdasarkan tinjauan di lapangan, terdapat 235 unit warung kopi di Kota Banda Aceh. Lokasi yang memiliki jumlah warung kopi terbesar berada di Kecamatan Ulee Kareng dengan jumlah 64 unit. Sementara itu, lokasi dengan jumlah warung kopi terkecil terdapat di Kecamatan Banda Raya, yaitu sebanyak 3 unit. Jumlah warung kopi lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jumlah Warung Kopi Berdasarkan Kecamatan di Kota Banda Aceh

| No            | Kecamatan    | Jumlah Warung Kopi |
|---------------|--------------|--------------------|
| 1             | Syiah Kuala  | 42                 |
| 2             | Ulee Kareng  | 64                 |
| 3             | Kuta Alam    | 29                 |
| 4             | Lueng Bata   | 38                 |
| 5             | Baiturrahman | 11                 |
| 6             | Banda Raya   | 8                  |
| 7             | Jaya Baru    | 18                 |
| 8             | Kuta Raja    | 3                  |
| 9             | Meuraxa      | 22                 |
| <b>Jumlah</b> |              | <b>235</b>         |

Sumber: Peneliti, 2019.

Warung kopi yang ada di Kota Banda Aceh tersebut tersebar di kawasan pemukiman atau perumahan warga, perdagangan dan jasa serta perkantoran yang mudah diakses dan dikunjungi, dapat dilihat dari peta di bawah ini.



Gambar 2. Peta Persebaran Warung Kopi di Kota Banda Aceh.  
Sumber: RTRW Kota Banda Aceh, 2009 dan Analisis Peneliti, 2019.

Tabel 6. Jumlah Pengunjung Harian Warung Kopi per Jam

| No               | Warung Kopi       | Kunjungan per Hari (Orang) | Kunjungan Sewaktu Penelitian (Orang) | Waktu Penelitian |
|------------------|-------------------|----------------------------|--------------------------------------|------------------|
| 1                | Zakir Seutui      | 700                        | 87                                   | Siang            |
| 2                | Rawa Sakti        | 600                        | 79                                   | Malam            |
| 3                | Dhapu Kupa        | 800                        | 104                                  | Siang            |
| 4                | Budi Warkop       | 650                        | 64                                   | Sore             |
| 5                | Chek Yukee        | 500                        | 63                                   | Malam            |
| 6                | Black Jack Coffee | 400                        | 49                                   | Sore             |
| 7                | Join Kupa         | 400                        | 33                                   | Pagi             |
| 8                | Forsilakubra      | 700                        | 104                                  | Sore             |
| 9                | Solong Coffee II  | 400                        | 50                                   | Pagi             |
| 10               | Zakir Lampriek    | 500                        | 51                                   | Pagi             |
| <b>Total</b>     |                   | <b>5.650</b>               | <b>684</b>                           |                  |
| <b>Rata-rata</b> |                   | <b>565</b>                 | <b>68,4</b>                          |                  |

Sumber: Analisis Peneliti, 2019.

Berdasarkan perhitungan jumlah warung kopi terhadap panjang ruas jalan yang ditempatinya, terdapat tujuh kawasan yang menjadi pusat pertumbuhan warung kopi di dalam Kota Banda Aceh. Pusat-pusat pertumbuhan warung kopi tersebut memiliki rentang kepadatan warung kopi antara 13,7 unit/Km sampai dengan 5,9 unit/Km dalam setiap ruas jalan yang ditempatinya. Dari pusat pertumbuhan warung kopi ini diambil 10 warung kopi yang akan menjadi tempat penyebaran kuesioner untuk melihat karakteristik pengunjung warung kopi.

### 3.2. Komunikasi dan Diseminasi Informasi Kebencanaan di Warung Kopi Kota Banda Aceh

Komunikasi dan diseminasi kebencanaan banyak terjadi di warung kopi, seperti sosialisasi dan penggalangan dana. Warung kopi banyak dijadikan sebagai sarana komunikasi dan diseminasi informasi tentang kebencanaan oleh beberapa kelompok, institusi maupun lembaga. Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan, berikut beberapa instansi yang memanfaatkan warung kopi sebagai sarana komunikasi dan informasi tentang kebencanaan:

#### 1. BPBD Kota Banda Aceh

Sebagai unsur utama dalam kebencanaan di Kota Banda Aceh, ada beberapa kegiatan yang dilakukan oleh BPBD Kota Banda Aceh terkait kebencanaan di warung kopi, yaitu:

##### a. Sosialisasi

BPBD Kota Banda Aceh menurunkan personelnnya untuk melakukan sosialisasi ke warung-warung kopi. Hampir setiap hari kerja pada pagi hari, personal melakukan penyuluhan mengenai bencana di Kota Banda Aceh. Terdapat 44 personel dan semuanya telah memiliki kapasitas untuk melakukan penyuluhan bencana.

##### b. Simulasi

BPBD Kota Banda Aceh melakukan simulasi mengenai kebencanaan terutama gempa di beberapa warung kopi yang banyak pengunjungnya.

##### c. Kerja Sama

BPBD Kota Banda Aceh bekerjasama dengan Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Banda Aceh dalam pemutaran berita mengenai kebencanaan. Konten berita dibuat oleh BPBD dan disiarkan oleh RRI, kemudian warung kopi diinfokan untuk menghidupkan radio.

Pemutaran dilakukan setiap pukul 09:00 WIB.

2. Kodim 0101 BS Banda Aceh/Aceh Besar
  - a. Sosialisasi  
Kodim 0101 BS Banda Aceh/Aceh Besar melakukan sosialisasi masif kepada masyarakat, baik yang berada di dalam kota maupun ke pelosok desa. Sosialisasi yang dilakukan dengan cara mengerahkan Babinsa yang ada, yaitu sebanyak 280 orang. Adapun sosialisasi yang dilakukan yaitu mengenai potensi bencana yang mungkin terjadi. Pada saat sosialisasi ini, tidak hanya Babinsa yang memberikan informasi, tetapi juga masyarakat dapat memberikan informasi dini mengenai tanda gejala bencana yang ada di lingkungan masyarakat, seperti tanah retak, dan lain-lain. Hal ini kemudian dapat ditangani lebih cepat sebelum menimbulkan korban dan kerugian jika terjadi bencana.
  - b. Pelatihan  
Pelatihan yang dilakukan di warung kopi yaitu dengan cara sinkronisasi pengetahuan dengan masyarakat umum mengenai evakuasi dan pertolongan pertama jika terjadi suatu bencana.
  - c. Simulasi  
Simulasi yang dilakukan di warung kopi yaitu dengan cara melatih dengan adanya gempa. Pengunjung warung kopi dilatih bagaimana keluar dari bangunan warung kopi. Lahan parkir yang luas di warung kopi dimanfaatkan sebagai tempat berkumpul. Simulasi ini dilakukan berkoordinasi dengan instansi lain, yaitu BPBA, BPBD Kota Banda Aceh, dan Basarnas.
  - d. Kerja Sama Pengurangan Dampak Bencana  
Kerja sama yang dilakukan yaitu dengan Pemda, dengan cara pengeluaran Perda/*Qanun* yang dapat membantu mengurangi kerusakan ekosistem wilayah, contohnya: pembuatan *Qanun* peraturan pembukaan lahan tanaman dan lahan industri.  
Kerja sama juga dilakukan dengan

Televisi Republik Indonesia (TVRI) Aceh dan Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Banda Aceh, dengan cara mengumumkan dan menginformasikan berita-berita mengenai kebencanaan.

3. Satlantas Polresta Banda Aceh  
Satlantas Polresta Banda Aceh memfokuskan sosialisasi di warung kopi. Sosialisasi yang dilakukan satlantas polresta lebih mengenai bencana buatan manusia seperti terorisme dan kecelakaan lalu lintas, walaupun personel satlantas polresta sebanyak 96 orang juga sudah dibekali dengan pengetahuan dasar mengenai kebencanaan.  
Sosialisasi yang dilakukan juga memanfaatkan Babinkamtibmas yang ada di desa-desa karena berada di lingkungan masyarakat langsung. Sosialisasi ini juga dilakukan mediasi antara petugas, masyarakat dan kaum berpengaruh. Diinformasikan juga bagaimana cara pelaporan bencana.
4. Penggiat Kebencanaan  
Penggiat kebencanaan disini didalamnya adalah ahli bencana, LSM, akademisi, mahasiswa dan masyarakat peduli kebencanaan. Adapun kegiatan yang biasa mereka lakukan di warung kopi mengenai kebencanaan, yaitu:
  - a. Penyuluhan  
Penyuluhan ini biasa dilakukan oleh para mahasiswa dan masyarakat peduli kebencanaan. Mereka memberikan selebaran kepada pengunjung warung kopi.
  - b. Penggalangan Dana  
Penggalangan dana ini biasa dilakukan oleh mahasiswa, masyarakat peduli kebencanaan dan beberapa LSM. Penggalangan dana di warung kopi tidak hanya sebatas membawa-bawa kotak sumbangan, tapi juga dengan acara *live music* bertajuk peduli kebencanaan. Selama acara penggalangan dana diputarkan video-video kebencanaan sekaligus memberikan pengetahuan mengenai bencana.
  - c. Diskusi Publik Terbuka

Diskusi publik terbuka ini biasa dilakukan oleh akademisi dan beberapa LSM. Diskusi publik yang dilakukan di warung kopi dengan cara memanfaatkan ruangan khusus yang ada di warung kopi.

### **3.3. Efektivitas Warung Kopi sebagai Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi Kebencanaan di Kota Banda Aceh**

Pengumpulan data yang dilakukan untuk melihat efektivitas warung kopi sebagai sarana komunikasi dan diseminasi informasi, maka terbagi atas tiga komponen, yaitu komunikator, media dan komunikan yang ada di warung kopi, sebagai berikut:

#### **1. Komunikator**

Komunikator kebencanaan di warung kopi dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Banda Aceh, Kodim 0101 BS Banda Aceh/Aceh Besar, Polresta Banda Aceh, dan penggiat kebencanaan.

BPBD Kota Banda Aceh memiliki 44 personel (38 PNS dan 6 kontrak), yang kesemuanya memiliki kemampuan komunikasi dan kompetensi dalam bidang kebencanaan dasar, pendidikan kebencanaan ini penting dikomunikasikan dan diinformasikan kepada masyarakat umum, terlebih lagi dengan seringnya terjadi bencana belakangan ini.

Pentingnya informasi kebencanaan agar masyarakat tahu tanda dan gejala sebelum bencana muncul, sehingga dapat meminimalisir dampak yang ditimbulkan jika nantinya bencana terjadi. Dandim dibantu oleh 280 personel Babinsa untuk mengkomunikasikannya kepada masyarakat, yang kesemuanya sudah dibekali pengetahuan dasar kebencanaan.

Semua komunikator tersebut memiliki pengetahuan mengenai kebencanaan. Semakin banyak pengetahuan komunikator, maka akan semakin baik pula informasi kebencanaan yang akan tersampaikan kepada komunikan.

Di warung kopi, jarak antara komunikator dan komunikan sangat dekat, berada pada rentang 45 - 120 cm (jarak komunikasi teman yang dikenal baik). Hal ini menjadikan informasi yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Hal tersebut juga membuat komunikan semakin fokus dengan komunikator, serta mengurangi hambatan dari luar seperti kebisingan.

Waktu penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator biasa terjadi padapagihari. Hal ini menjadi sangat penting, karena apabila informasi disampaikan pagi hari, maka akan tersampaikan dan diterima baik oleh komunikan. Pada pagi hari, pikiran komunikan belum banyak terpapar oleh hal-hal berat lainnya. Tapi tidak menutup kemungkinan juga bahwa informasi ini disampaikan malam hari, tapi dengan bentuk kemasan yang berbeda, yaitu *live music* penggalangan dana. Dengan cara ini informasi dapat tersampaikan dengan baik, karena dengan suasana nyaman yang diberikan setelah lelah seharian, informasi yang sederhana dan mudah dipahami dapat dengan mudah tersampaikan kepada masyarakat.

Penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa aspek komunikator (pengetahuan, kemampuan komunikasi, kepentingan informasi, jarak berkomunikasi, dan waktu) sudah terlaksana dengan baik atau efektif.

#### **2. Media**

Media yang digunakan semua komunikator saat ini masih hanya secara konvensional, memberikan penyuluhan tanpa dibarengi bacaan pendukung. Media lain yang sudah digunakan yaitu melalui radio, yang diputar setiap hari pukul 09:00 WIB. BPBD pernah berencana memanfaatkan layar lebar yang ada di warung kopi untuk memutar video konten kreatif mengenai kebencanaan. Hal ini belum sempat direalisasikan karena kurangnya kemampuan anggota BPBD dalam membuat video kreatif tersebut.

BPBD Kota Banda Aceh saat ini sedang mendesain poster mengenai

kebencanaan yang nantinya akan ditempatkan di beberapa warung kopi. Warung kopi yang dipilih yaitu dengan pengunjung yang banyak dan nantinya warung kopi ini akan menjadi contoh warung kopi tentang informasi kebencanaan.

Harusnya pemanfaatan media lain dapat dilakukan, hal ini bertujuan untuk meningkatkan penalaran komunikasi dalam menyerap informasi. Setiap orang memiliki cara penyerapan informasi yang berbeda, yaitu audio, visual dan kinestetik. Audio yaitu melalui pendengaran semata, visual melalui penglihatan, dan kinestetik melalui gerakan. Semakin banyak gabungan cara penyampaian informasi yang dilakukan, maka semakin banyak pula informasi yang tersampaikan kepada masyarakat.

Penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa dari aspek media (*leaflet*/brosur, video, radio, poster, dan internet), baru satu media yang aktif dan sudah digunakan, yaitu penggunaan radio dalam penyampaian informasi.

### 3. Komunikasi

Komunikasi yang dilihat disini merupakan masyarakat yang berkunjung ke warung kopi, yang menjadi fokus penelitian. Untuk melihat komunikasi, ada beberapa faktor yang dilihat, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, jumlah pendapatan per bulan, jumlah kunjungan masyarakat dan alasan berkunjung ke warung kopi. Data dapat dilihat sebagai berikut:

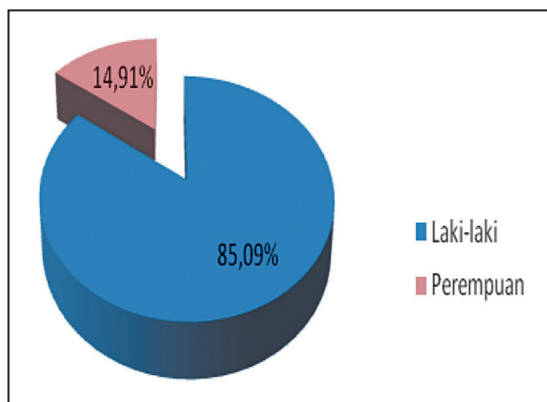
#### a. Jenis Kelamin

Pengunjung warung kopi didominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 582 orang (85,09%). Hal ini dapat dilihat pada Gambar 3.

Laki-laki dan perempuan menunjukkan gaya komunikasi dan memiliki interpretasi yang berbeda terhadap suatu komunikasi dan informasi. Selanjutnya laki-laki lebih mampu mengelola kecemasan dalam komunikasi dibanding perempuan.

Laki-laki lebih cepat dalam menyerap informasi dan lebih

mengutamakan logika dalam melakukan dan menerima informasi, sedangkan perempuan lebih kepada emosi atau perasaan.



Gambar 3. Jenis Kelamin Pengunjung Warung Kopi.  
Sumber: Analisis Peneliti, 2019.

Kaitannya dengan warung kopi, sosialisasi yang dilakukan kepada khalayak ramai lebih cocok dilakukan kepada laki-laki, karena agak sulit jika melakukan komunikasi dengan melihat emosi orang banyak di warung kopi, sehingga laki-laki lebih mudah menerima informasi yang diberikan.

Setelah menerima informasi, laki-laki lebih menggali informasi lagi mengenai hal yang diterima, kemudian bertindak atau melakukan apa yang disarankan. Sedangkan perempuan lebih membawa kepada emosi atau perasaan, cemas, dan mengkomunikasikannya kepada orang lain lagi tapi kurang dalam bertindak. Dalam hal informasi kebencanaan ini, perlu tindakan setelah mendapatkan informasi.

Disimpulkan bahwa komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan di warung kopi Kota Banda Aceh efektif dilakukan dilihat dari jenis kelamin.

#### b. Usia

Rentang usia pengunjung warung kopi adalah mulai usia 16 hingga 64 tahun. Hal ini tidak menutup

kemungkinan masyarakat yang berusia di bawah 16 tahun dan di atas 64 tahun tidak berkunjung ke warung kopi, karena warung kopi terbuka untuk seluruh usia dan sudah menjadi budaya di masyarakat Kota Banda Aceh.

Usia erat kaitannya dengan perkembangan seseorang, semakin tinggi usia maka perkembangan otak dan emosi semakin baik, sehingga mudah menerima informasi dan kurangnya kecemasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rentang usia pengunjung warung kopi yaitu usia 16 tahun hingga 64 tahun, di mana dalam rentang usia tersebut pemikirannya sudah mulai tumbuh dewasa dan emosi sudah bisa dikontrol. Disimpulkan bahwa komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan di warung kopi Kota Banda Aceh efektif dilakukan dilihat dari rentang usianya.

#### c. Tingkat Pendidikan

Data yang didapat menunjukkan pengunjung warung kopi paling banyak memiliki tingkat pendidikan tinggi, yaitu S-1 (44,88%), seperti pada Tabel 7.

Tabel 7. Tingkat Pendidikan Pengunjung Warung Kopi.

| Pendidikan   | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|--------------|----------------|----------------|
| SMP          | 14             | 2,05           |
| SMA          | 253            | 36,99          |
| D-3          | 87             | 12,72          |
| S-1          | 307            | 44,88          |
| S-2          | 23             | 3,36           |
| <b>Total</b> | <b>684</b>     | <b>100,00</b>  |

Sumber: Peneliti, 2019.

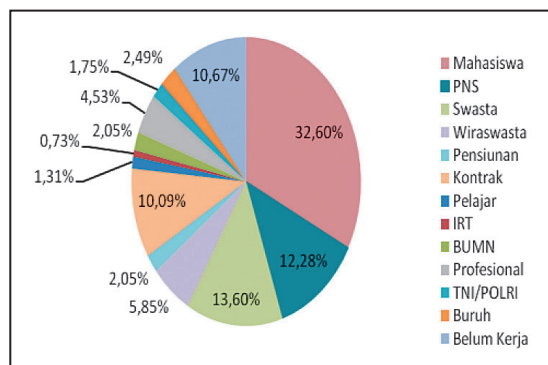
Tingkat pendidikan bertujuan meningkatkan penyerapan informasi yang diterima. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin mudah dan banyak informasi yang diterima olehnya. Responden yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi memiliki pengetahuan yang lebih luas

sehingga memiliki kesadaran yang tinggi dan mampu menerima lebih banyak informasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung warung kopi di Kota Banda Aceh paling banyak memiliki pendidikan S-1. Hal ini mengakibatkan informasi yang diterima oleh masyarakat lebih banyak terserap dan mau memulai mengenal dan melakukan suatu tindakan mengenai informasi yang didapatkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan efektif dilakukan di warung kopi Kota Banda Aceh dilihat dari tingkat pendidikannya.

#### d. Pekerjaan

Data yang didapat menunjukkan bahwa yang berkunjung ke warung kopi paling banyak didominasi oleh mahasiswa sebesar 32,60%. Lebih rincinya dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pekerjaan Pengunjung Warung Kopi.

Sumber: Analisis Peneliti, 2019.

Pekerjaan seseorang sangat mempengaruhi dalam melakukan komunikasi dan diseminasi informasi, di mana pekerjaan yang lebih berhubungan dengan manusia sangat mudah untuk menerima informasi dan menjalin hubungan, sebaliknya dengan mereka yang bekerja dengan benda mati seperti mesin, tingkat komunikasinya menjadi rendah. Jika informasi yang diterima sesuai dengan pekerjaannya

maka mereka lebih antusias dan ingin mendapatkan informasi lebih.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan komunitas pengunjung warung kopi terbanyak. Mahasiswa dalam *tri dharma* perguruan tinggi yaitu pengabdian masyarakat, lebih sering melakukan penggalangan dana dan terjun ke lokasi bencana, sehingga mereka membutuhkan informasi kebencanaan.

Sebenarnya dalam informasi kebencanaan penting untuk semua pekerjaan, karena bencana sangat dekat dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan efektif dilakukan di warung kopi Kota Banda Aceh dilihat dari pekerjaannya.

e. Pendapatan per Bulan

Data yang didapat menunjukkan bahwa pengunjung warung kopi paling banyak memiliki pendapatan dengan rentang antara 1,5 juta sampai 3 juta rupiah, yaitu sebesar 48,39% (331 orang). Hal ini sesuai dengan pekerjaan yang paling banyak yaitu mahasiswa dan swasta.

Tabel 8. Pendapatan per Bulan Pengunjung Warung Kopi

| Pendapatan per Bulan | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|----------------------|----------------|----------------|
| < 1,5jt              | 166            | 24,27          |
| 1,5jt - 3jt          | 331            | 48,39          |
| >3jt                 | 187            | 27,34          |
| <b>Total</b>         | <b>684</b>     | <b>100,00</b>  |

Sumber: Analisis Peneliti, 2019.

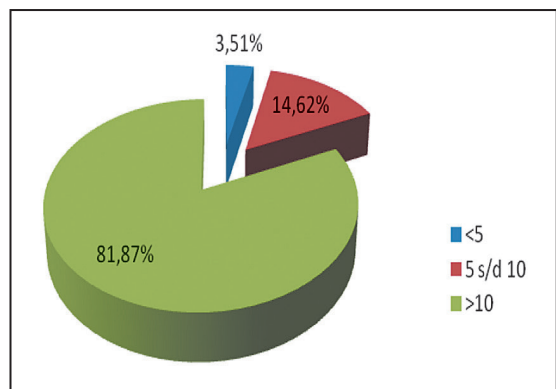
Tingkat pendapatan sangat mempengaruhi seseorang dalam melakukan komunikasi dan mendapatkan informasi. Semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang, maka akan semakin mudah untuknya untuk mengakses informasi.

Masyarakat dengan tingkat pendapatan yang tinggi, semakin mudah untuk mengakses informasi, hal ini dikarenakan untuk mereka menuju tempat informasi, dan lain-lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung warung kopi di Kota Banda Aceh paling banyak berada pada rentang 1,5 juta - 3 juta rupiah, dalam hal ini kategori cukup. Kaitannya dengan komunikasi dan diseminasi informasi di warung kopi di Kota Banda Aceh ini kurang berpengaruh dari tingkat pendapatan, karena ngopi atau berkunjung ke warung kopi merupakan budaya yang ada di masyarakat Banda Aceh, tidak melihat dari sisi ekonomi. Dari hasil penelitian juga menunjukkan bahwa banyak juga masyarakat yang belum bekerja dan buruh yang berkunjung ke warung kopi. Sehingga dapat dikatakan bahwa warung kopi di Kota Banda Aceh ramah terhadap ekonomi, efektif untuk dilakukan komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan.

f. Jumlah Kunjungan

Data yang didapat menunjukkan bahwa dalam seminggu pengunjung warung kopi lebih dari sepuluh kali datang ke warung kopi, yaitu sebesar 81,87% (560 orang). Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 5.



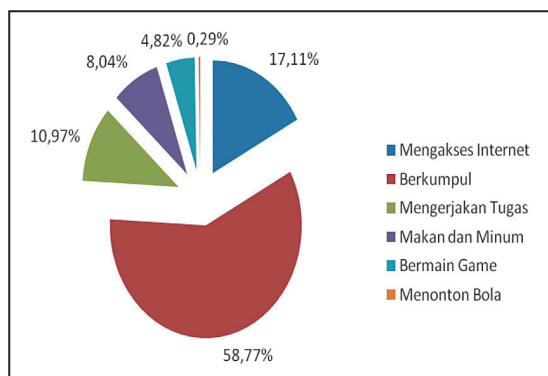
Gambar 5. Jumlah Kunjungan ke Warung Kopi.  
Sumber: Analisis Peneliti, 2019.

Jumlah kunjungan ke warung ini sangat mempengaruhi komunikasi dan diseminasi informasi, hal ini dikarenakan adanya efek kontinu atau berkesinambungan, sehingga lebih terserap dan dapat diaplikasikan dalam kehidupan. Semakin sering seseorang terpapar oleh suatu informasi, maka akan lebih kuat pemahamannya terhadap informasi tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 81,87% orang berkunjung lebih dari 10 kali dalam seminggu, yang dapat dinyatakan bahwa mereka berkunjung ke warung kopi lebih dari sekali dalam sehari. Semakin sering masyarakat ke warung kopi dan diberikan informasi kebencanaan, maka masyarakat akan sangat paham dengan informasi kebencanaan yang diberikan, dan informasi yang didapat juga lebih banyak dan beragam. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan efektif dilakukan di warung kopi Kota Banda Aceh dilihat dari jumlah kunjungan ke warung kopi.

g. Alasan Berkunjung ke Warung Kopi

Data yang didapat menunjukkan bahwa alasan masyarakat berkunjung ke warung kopi paling besar adalah untuk berkumpul dengan teman, yaitu sebesar 58,77% (402 orang). Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Alasan Kunjungan ke Warung Kopi.  
Sumber: Analisis Peneliti, 2019.

Alasan masyarakat berkunjung juga mempengaruhi komunikasi dan diseminasi informasi. Apabila mereka berkunjung dalam keadaan santai tanpa membawa pekerjaan dan lainnya, maka komunikasi mudah dilakukan dan informasi cepat tersampaikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan kunjungan ke warung kopi paling banyak yaitu untuk berkumpul bersama teman (58,77%). Hal ini mengakibatkan komunikasi mudah dilakukan, karena masyarakat kebanyakan datang juga untuk mengobrol dengan teman-temannya. Selain itu masyarakat juga berkunjung ke warung kopi dengan alasan mengakses internet sebanyak 17,11%, hal ini juga sangat membantu komunikator, di mana dapat mengenalkan dan memberitahukan situs-situs kebencanaan, sehingga mereka mudah mengaksesnya sendiri, dan bisa mendapat lebih banyak informasi dari hanya sekedar penyuluhan atau sosialisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan efektif dilakukan di warung kopi Kota Banda Aceh dilihat dari alasan kunjungannya.

Berdasarkan pembahasan setiap komponen komunikasi tersebut di atas, maka hasilnya dapat dimasukkan dalam tabel *checklist* di bawah ini.

Dari Tabel 9, dapat dihitung efektifitas warung kopi, yaitu jumlah ya dibagi total pernyataan dikali 100%.

$$\begin{aligned}
 \text{Efektivitas} &= (\text{ya}/\text{total}) \times 100\% \\
 &= 13/17 \times 100 \\
 &= 76,47\%
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tabel *checklist* didapat efektifitas sebesar 76,47%, di mana nilai tersebut termasuk dalam kategori cukup efektif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa warung kopi sebagai sarana komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan di Kota Banda Aceh cukup efektif.

Tabel 9. *Checklist* Efektivitas Komponen Komunikasi.

| Komponen Komunikasi | No | Pernyataan                                                                                                          | Ya | Tidak |
|---------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------|
| Komunikator         | 1  | Komunikator (BPBD Kota Banda Aceh, Dandim 0101 BS Banda Aceh/Aceh Besar) memiliki keahlian dalam bidang kebencanaan | √  |       |
|                     | 2  | Komunikator mempunyai kemampuan komunikasi                                                                          | √  |       |
|                     | 3  | Informasi kebencanaan penting untuk disampaikan                                                                     | √  |       |
|                     | 4  | Tempat (jarak) berkomunikasi mendukung tersampainya informasi di warung kopi                                        | √  |       |
|                     | 5  | Tepatnya waktu yang dilakukan saat berkomunikasi                                                                    | √  |       |
| Media               | 6  | Menggunakan leaflet atau brosur dalam berkomunikasi                                                                 |    | √     |
|                     | 7  | Menggunakan video kreatif dalam komunikasi                                                                          |    | √     |
|                     | 8  | Memanfaatkan radio dalam komunikasi                                                                                 | √  |       |
|                     | 9  | Penggunaan poster dalam komunikasi                                                                                  |    | √     |
|                     | 10 | Pemanfaatan internet untuk informasi kebencanaan                                                                    |    | √     |
| Komunikan           | 11 | Jenis kelamin pengunjung warung kopi                                                                                | √  |       |
|                     | 12 | Usia pengunjung warung kopi                                                                                         | √  |       |
|                     | 13 | Tingkat pendidikan pengunjung warung kopi                                                                           | √  |       |
|                     | 14 | Pekerjaan pengunjung warung kopi                                                                                    | √  |       |
|                     | 15 | Tingkat pendapatan pengunjung warung kopi                                                                           | √  |       |
|                     | 16 | Jumlah kunjungan ke warung kopi                                                                                     | √  |       |
|                     | 17 | Alasan berkunjung ke warung kopi                                                                                    | √  |       |

Sumber: Analisis Peneliti, 2019.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 4.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan telah dilakukan di warung kopi oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Banda Aceh, Kodim 0101 BS Banda Aceh/Aceh Besar, Satuan Lalu Lintas Polresta Banda Aceh, dan penggiat kebencanaan (ahli bencana, LSM, akademisi, mahasiswa, dan masyarakat peduli kebencanaan). Para instansi dan komunitas tersebut biasa melakukan komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan di warung kopi melalui penyuluhan, sosialisasi, pelatihan,

simulasi, kerja sama, penggalangan dana, dan diskusi publik terbuka.

2. Warung kopi sebagai sarana komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan di Kota Banda Aceh memiliki tingkat efektivitas yang cukup efektif karena sudah berjalannya komponen komunikasi komunikator dan komunikan dengan baik, perlu adanya peningkatan pada faktor media komunikasi. Hal ini juga didukung dengan minum kopi merupakan budaya yang ada pada masyarakat di Kota Banda Aceh.

##### 4.2. Saran

Bencana merupakan permasalahan yang tidak hanya menjadi tugas pemerintah, tetapi juga adanya pelibatan masyarakat

dunia usaha, akademisi dan media. Dalam rangka meningkatkan keberhasilan efektivitas komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan, maka perlu menggaet instansi/ lembaga lain, koordinasi dan kerja sama untuk memasifkan diseminasi informasi kebencanaan.

Faktor media merupakan salah satu faktor yang sangat membantu untuk memperoleh hasil yang optimal, bisa dengan cara membuat *leaflet*/brosur, konten video kreatif, poster, dan pemanfaatan internet.

Diperlukan penelitian lanjutan mengenai hasil yang didapat masyarakat, apakah mampu menambah pengetahuan, merubah persepsi dan perilaku masyarakat terhadap kebencanaan.

Warung kopi sebagai sarana komunikasi dan diseminasi informasi ini juga bisa diterapkan di daerah lain, dengan mengangkat budaya lokal yang ada, seperti warung pada Warung Tegal, Warung Sunda, dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Annas, Aswar. 2017. Interaksi Pengambilan Keputusan dan Evaluasi Kebijakan. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Badan Nasional Penanggulangan Bencana. 2010. Penurunan Indeks Risiko Bencana di Indonesia.
- Badan Nasional Penanggulangan Bencana. 2017. Indeks Risiko Bencana Indonesia.
- Badan Penanggulangan Bencana Aceh. 2017. Laporan Kinerja Tahunan.
- Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Banda Aceh, 2018, Laporan Kinerja Tahunan.
- Ghalehnoee, Mahmud. 2016. Analysis of Behavior Setting Types of Third Place. Jurnal Indian of Fundamental and Applied Life Science Vol. 5.
- Lopez, Antonio. 2017. Coffee Shop Culture: Days in the Life of Manila's Gossip Mill. Jurnal H-ASIA: Asian Populer Culture No. 7.
- Miles, M. B. and Huberman A. M. 2005. Qualitative Data Analysis. Jakarta: UI Press.
- Nurhadi, Zikri Fachrul Nurhadi. 2017. Teori Komunikasi Kontemporer, Ed.1. Depok: Balebat Dedikasi Prima.
- Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Banda Aceh Tahun 2009-2029.
- Rustan, Ahmad Sultra dan Hakki, Nurhakki. 2017. Pengantar Ilmu Komunikasi, Ed.1. Yogyakarta: Deepublish.
- Undang-Undang Dasar Negara Kesehatan Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang RI Nomor 3 Tahun 2002 tentang Pertahanan Negara.
- Undang-Undang RI Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana.